

# Koniec verejnosti?

## Ako technológie ohrozujú demokraciu

**ROBERT ŽANONY**

Október 2018

- Informačné technológie posúvajú svet závratným tempom dopredu, ich vplyv na verejnú diskusiu, jej kvalitu a demokratický charakter je však presne opačný, zničujúci. To v sebe nesie hrozbu pre demokraciu aj spoločnosť ako takú. Obsah a kvalita verejnej diskusie rozhodujú o tom, či je spoločnosť schopná sústrediť svoju pozornosť na to, čo je pre jej napredovanie, resp. prežitie podstatné, a či je schopná nachádzať zhodu pri riešeniach.
- Riziká aj reálne škody, ktoré pre demokratický diskurz prinášajú moderné informačné a komunikačné platformy, sú zásadnejšie ako v minulosti. Prvýkrát je na základe obrovského množstva dát o našom správaní v online priestore, vďaka algoritmom, na základe týchto dát tvorených a za pomoci umelej inteligencie sa optimalizujúcich s cieľom usmernenia našej pozornosti, a vďaka presunu našich informačných a sociálnych návykov na digitálne platformy, umožnené vysoko personalizované celené, komerčné či politické oslovovanie, ak chceme, ovládanie. Dôsledky sú plazivé, sčasti kritické, miestami fatálne.
- Nový informačný svet, ktorý mal aj vďaka moderným technológiám priniesť vyššiu mieru poznania, porozumenia a emancipácie človeka, sa vyznačuje skôr informačným chaosom, anarchiou a rastúcou polarizáciou, pred ktorými sa v informačnom zneistení alebo vo vlastnom utvrdení čoraz viac zatvárame do vlastných predsudkov. Ozajstné precitnutie však príde, keď zistíme, že umelá inteligencia a algoritmy by zvládli reprezentatívnu demokraciu lepšie ako ľudia. Tým sa to totiž dnes nedarí najlepšie.

## OBSAH

1. Technologizácia verejnej debaty – spätný pohľad . . . . .	3
2. Za etiku digitálnej „ekonomiky pozornosti“ . . . . .	3
3. Ako sme si veľkého brata strčili do vrečka . . . . .	4
4. Sociálne siete – najhorší z možných informačných zdrojov . . . .	4
4.1. Návykovosť, závislosť a poruchy koncentrácie . . . . .	5
4.2. Falošné správy . . . . .	6
4.3. Názorové bubliny a polarizácia . . . . .	6
4.4. Negativizmus, agresivita, radikalizácia . . . . .	6
4.5. Automatizovaná manipulácia verejnej mienky a nedôvera . . . . .	7
4.6. Informačný chaos . . . . .	7
4.7. Subjektívne skreslená zverejnená mienka . . . . .	7
4.8. Útok na kvalitu spravodajstva . . . . .	8
4.9. Škodlivosť bez zodpovednosti . . . . .	8
4.10. Škodlivá rýchlosť informácie . . . . .	8
4.11. Falošné správy druhej generácie . . . . .	9
5. Namiesto emancipácie informačná anarchia . . . . .	9
6. Viac konkurujúcich príbehov, viac alternatívnej pravdy . . . . .	10
7. Konkurencia technologicky zdatných autokratov . . . . .	11
8. Nie fakty, ale príbeh je problém . . . . .	11
9. Silicon Valley – hrobár demokracie? . . . . .	12
10. Namiesto polis algoritimizovaná reprezentácia . . . . .	12
Literatúra . . . . .	13

## 1. Technologizácia verejnej debaty – spätný pohľad

V roku 1996 zaviedol B. J. Fogg, prominentný behaviorálny vedec Stanfordskej univerzity, do akademického slovníka pojem „captology“ pre výskum počítačov ako nástrojov ovplyvňovania ľudského myslenia a konania – disciplínu, podľa ktorej sú dnes vyvíjané a tvorené digitálne online technológie, na ktorých sa v čoraz väčšej miere odohráva náš život. V roku 2005 priniesol komik Steven Colbert do obehu pojem „truthiness“: pocit pravdivosti, často dôležitejší ako pravda, ktorý pochádza „z brucha“, teda nie nevyhnutne z faktov. Niekde do tohto obdobia sa datuje aj anekdota o americkej obchodnej sieti Target, do ktorej sa prišiel otec stredoškolačky sťažovať, prečo jej posielajú kupóny na novorodenecké produkty. Ešte nevedel, čo už vedela obchodná sieť, že jej nákupné a informačné správanie vykazovalo vysokú zhodu so správaním tehotných zákazníčok. V roku 2010 napísal americký komunikačný poradca M. Maslansky v úvode svojej knihy *Jazyk dôvery* konštatovanie: „Jednoducho povedané, dôvera je mŕtva.“<sup>1</sup> Niekedy okolo tohto roku odovzdali v prezidentských volebných kampaniach v USA dovtedajší mediálni guruovia taktovku do rúk dátovým analytikom. Najmä vďaka hĺbkovému využitiu dát o správaní a preferenciách voličov obhájil Barack Obama v roku 2012 svoj post. V roku 2011 definoval Eli Pariser pojem „filter bubbles“, informačné bubliny, do ktorých nás dostávajú sociálne médiá. V roku 2013 založil programátor a dizajner technológií Tristan Harris, označovaný za „to najbližšie k svedomiu, čím disponuje Silicon Valley“, iniciatívu „Čas dobre strávený“ ako platformu proti kríze digitálnej pozornosti a ďalším negatívnym vplyvom nových informačných a komunikačných platforiem. V tom istom roku vydal nemecký filozof kórejského pôvodu Byung-Chul Han útlu knižku *Digitálna racionalita a koniec komunikatívneho konania* so záverom o „rozpade komunikatívnej verejnosti“, ktorý údajne priniesol presun verejnej debaty do digitálneho priestoru<sup>2</sup>. V roku 2016 prišiel brexit, Trump a „post pravda“ ako slovo roka, v roku 2018 škandál Cambridge Analytica a definitívne globálne zdesenie

z toho, kam nás spojenie každého s každým vo virtuálnom svete neobmedzených možností dostalo.

## 2. Za etiku digitálnej „ekonomiky pozornosti“

Tento voľný výpočet udalostí ostatných niečo viac ako dvadsiatich rokov poukazuje na skutočnosť, že post pravda, informačné bubliny, dátová manipulácia, zvýšená agresivita verejnej debaty či prepád dôvery neprišli zo včera na dnes. Skôr ide o logické, komerčnými tlakmi a technologickým pokrokom vynútené štádium informačno-komunikačného modelu našich spoločností. Jedným z jeho sprievodných javov je aj bezprecedentný prepád reputácie IT brandže. Nie jej pozície na trhu – najväčšia štvorka informačno-technologických gigantov (Google, Apple, Amazon, Facebook) patrí medzi päť najcennejších verejne obchodovaných spoločností na svete s trhovou hodnotou viac ako 3 mld. dolárov. Za ostatné roky im však – prinajmenšom v odbornej diskusii – podľa Eve Smithovej, strategickej poradkyne týchto firiem, na čele „prischla“ nálepka „BAADD“: priveľkí (too big), podkopávajúci konkurenčnú súťaž (anti-competitive), vytvárajúci závislosť (addictive) a zničujúci pre demokraciu (destructive to democracy)<sup>3</sup>. Z týchto dôvodov vyrástlo za ostatné roky silné hnutie odporu. Nie však z ulice, ale z prostredia prominentných rezidentov Silicon Valley, technologických investorov, vývojárov, dizajnérov a programátorov či vysokých manažérov IT brandže. Tristan Harris, bývalý dizajner Googlu, dnes hlavná tvár hnutia za etiku IT biznisu, upozorňuje, že „prácou týchto firiem je uloviť ľudí a robia to útokom na ich psychologické slabosti“, Nir Eyal, konzultant technologických spoločností a autor knihy *Závislí. Ako tvoriť návykové produkty*, upozorňuje, že „technológie, ktoré používame, sa zmenili na nutkanie, ak nie plnohodnotnú závislosť. Presne tak, ako to ich dizajnéri plánovali“. „Všetci sú rozptýlení. Neustále,“ varuje obdobne Justin Rosenstein, vynálezca facebookového tlačidla „Like“, dnes zamestnaný obavami z dopadu návykových technológií na kognitívne schopnosti a mentálne kapacity používateľov. Podľa vynálezcu world-wide-webu Tima Bernersa Leeho „systém zlyháva“ a „web môže

1 Maslansky, 2010: 14

2 Han, 2013: 10

3 Smith, 2018: 22

byť použitý ako zbraň a nemôžeme sa spoliehať na technológiu, že to zastaví“. Chamath Palihapitiya, investor, ktorý bol pri zakladaní Facebooku, tvrdí, že toto sociálne médium „trhá na kusy sociálne vlákno, na ktorom funguje spoločnosť“. Roger McNamee, taktiež investor, upozorňuje, že „Facebook oslovuje váš jašterí (pozn. primitívny) mozog – prednostne strach a hnev. A so smartfónmi vás majú každý bdely moment“. James Williams, niekdajší vývojár metriky reklamného modelu Google, dnes varuje, že „sme si vypestovali návyk permanentného kognitívneho stavu rozhorčenia, zvnútornením dynamiky tohto média“ a označuje digitálne giganty za „najväčšiu, najstandardizovanejšiu a najcentralizovanejšiu formu kontroly ľudskej pozornosti v histórii ľudstva“<sup>4</sup>. Ďalší z kritikov, Evgeny Morozov, hovorí o „kyberutópii“ a volá po vyňatí dát o našom online správaní z komerčného vlastníctva<sup>5</sup> a napokon spomínaná poradkyňa varuje technologické giganty slovami: „Viete, že ste v problémoch, keď vás o morálke poučujú firmy z Wall Streetu.“<sup>6</sup> V kontexte týchto postojov neprekvapuje pozoruhodná skutočnosť, že deti mnohých najvyšších šéfov svetových IT gigantov sa doma a v školách so smartfónmi, tabletmi, sociálnymi sieťami a aplikáciami nestretávajú.

### 3. Ako sme si veľkého brata strčili do vrečka

Primárnym terčom útoku sa po škandále Cambridge Analytica stalo využitie, resp. zneužitie osobných dát na komerčné či politické účely. Ani tu však nehovoríme o fenoméne, ktorý vznikol „predvčerom“. Hĺbkové získavanie, spájanie, resp. korelovanie dát, tzv. data mining, a ich využitie na stimuláciu ľudského myslenia a konania bolo len prirodzeným vývojom „ekonomiky pozornosti“, postavenej na čo najpresnejšom reklamnom oslovení cieľových skupín, ktoré umožnil technologický pokrok v podobe prepadu nákladov na získavanie, prenos a skladovanie dát. Sociálne médiá len dovedli tento model do dokonalosti, pretože ľudia stratu súkromia radi vymenili za čo najväčší pou-

žívateľský komfort nových aplikácií. „Strčili sme si veľkého brata do vlastného vrečka,“<sup>7</sup> ako najnovšie vystihol Joseph Nye. A práve tento posun do vrečka rozšíril možnosti našej cieľenej stimulácie, ak chceme, ovládania, na kvalitatívne doposiaľ nepoznanú úroveň. Prvýkrát je totiž vďaka obrovskému množstvu dát o správaní ľudí v online priestore, kam presúvame čoraz väčšiu časť svojho života, vďaka algoritmom, na základe týchto dát tvorených a permanentne, za pomoci umelej inteligencie sa optimalizujúcich s cieľom udržania a cieľeného usmernenia našej pozornosti a napokon vďaka presunu našich informačných a sociálnych návykov na tieto nové platformy umožnené vysoko personalizované cieľené, komerčné alebo politické oslovovanie, ak chceme, ovládanie. Ako znie jedna z mantier T. Harrisa: „Kto kontroluje menu (pozn. napr. vašu nástenku na Facebooku alebo poradie google odkazov), kontrolujete (vaše) voľby.“<sup>8</sup> V tomto zmysle Facebook napríklad už roky nasaďuje pri voľbách po svete tlačidlo zvyšujúce volebnú účasť, ktoré sa však zobrazuje len časti používateľov, čo nie je nič iné ako volebná manipulácia. Masové získavanie a využitie dát o našom správaní a preferenciách je teda, samozrejme, vážna vec a je len dobré, že si vyžiadalo odozvu v podobe nových, podstatne tvrdších regulácií a sankcií. Dáta o našom správaní v digitálnom priestore majú dnes cenu zlata, sú „novou ropou“ digitálnej ekonomiky, na ktorej sú vyvíjané najpokrokovejšie produkty a služby na báze umelej inteligencie, teda ekonomiky budúcnosti. Ako uvádza Sarah Spiekermannová z Viedenskej ekonomickej univerzity, viac ako tisíc firiem, pôsobiacich dnes na trhu zberu dát o našej online aj offline aktivite, je schopných do 36 sekúnd od vstupu človeka do online priestoru zasiahnuť ho cieľovými informáciami či posolstvami, upravenými na základe dát o jeho správaní<sup>9</sup>.

### 4. Sociálne siete – najhorší z možných informačných zdrojov

Problém, o ktorom sa aktuálne v súvislosti s novými informačno-komunikačnými technológiami

4 Leslie, 2016, Bowles, 2018, Berners-Lee, 2018, Lewis, 2017

5 Morozov, 2012

6 Smith, 2018

7 Nye, 2018

8 Leslie, 2016

9 Sachs, 2018

hovorí o niečo menej, pretože je takpovediac plavivejší ako zneužitie dát, je dosah nových komunikačných a informačných platforiem na úroveň, obsah a kvalitu verejnej diskusie, na spoločenský diskurz, teda to, čo nás ako spoločnosť drží pokoje. Alebo rozbíja. O negatívnom vplyve sociálnych sietí na verejnú debatu, jej úroveň, formu a obsah existujú medzičasom mnohé empirické zistenia, preto ich v krátkosti zhrňme.

#### 4.1. Návykovosť, závislosť a poruchy koncentrácie

Návykovosť je podstatou biznis modelu v podstate každého masového média. Rozdiel pri nových informačných a komunikačných platformách spočíva v tom, ako píše Adam Alter v knihe **Neodolateľné** o príčinách rozširujúcej sa závislosti od mobilných platforiem, že programátori nových aplikácií realizujú pri ich vývoji tisíce testov na miliónoch používateľov, aby zistili, aký dizajn, farby, fonty, tlačidlá, zvuky a ďalšie prvky maximalizujú ich „engagement“<sup>10</sup>, čo je najvyšší cieľ tohto odvetvia: maximalizácia času stráveného pri displeji a v aplikácii. V prípade sociálnych sietí typu Facebook, Instagram či Twitter je návykovosť či až závislosť tvorená prostredníctvom opakovaných drobných dávok dopamínu, chemickej látky v mozgu, spôsobujúcej príjemné pocity odmeny, v tomto prípade sociálneho uznania vo forme „lajkov“, komentárov či zdieľaní našich statusov. V tomto zmysle sú sociálne médiá tvorené presne podľa zásad návykovosti tovarov a služieb, ktoré pred viac ako 20 rokmi definoval spomínaný B. J. Fogg: minimálna námaha vďaka ich dizajnu a funkcionalite a okamžité a prakticky nevyčerpatelné emocionálne uspokojenie. Preto je nástenka Facebooku alebo Instagram nekonečný, preto Youtube automaticky púšťa ďalšie videá, ktoré nám ukazuje podľa našich preferencií, preto Netflix automaticky ponúka ďalší diel seriálu, zoznamka Tinder navádza na vyhodnocovanie ďalšej a ďalšej opcie partnera, prostým pohybom prsta, samozrejme. Náš čas a dáta o našom správaní sú cenou, ktorú platíme.

Dôsledkom návykovosti a všadeprítomnosti týchto aplikácií a platforiem cez rozumné mobilné telefóny je prirodzene pokles schopnosti koncentrá-

cie. Podľa aplikácie nemeckého pôvodu „Menthal“, mapujúcej mobilné správanie viac ako 60-tisíc používateľov, trávime denne na telefónoch dve a pol hodiny, telefonujeme však len 7 minút, necelú hodinu trávime so sociálnymi sieťami: 35 minút s WhatsAppom, 15 minút s Facebookom a 5 minút s Instagramom. Priemerne 88-krát za deň zapneme displej telefónu, v priemere každých 18 minút prerušíme inú činnosť pre mobilnú aktivitu. Iná aplikácia, „Moment“ z USA, namerala svojim používateľom v priemere 3 hodiny na telefóne, až 41 % z nich viac ako 3 hodiny denne<sup>11</sup>. Odborné termíny ako „obava niečo zmeškať“ alebo „nomo-fóbia“ pre obavu byť istý čas bez telefónu, sú odrazom rastúcej závažnosti týchto javov. Ako uvádzajú neurológ Adam Gazzaley a psychológ Larry D. Rosen v knihe **Roztržitá myseľ**, výskumy v USA preukazujú, že tri štvrtiny používateľov smartfónov sú „v panike, keď nemôžu okamžite nájsť svoj telefón, polovica kontroluje ráno telefón ako prvú vec, ešte ležiac v posteli“<sup>12</sup>.

O negatívnom vplyve intenzívneho používania sociálnych sietí na reálny život ľudí existuje medzičasom mnoho zistení. Jeden z najrozsiahljších výskumov v tejto oblasti, ktorý meral u 5 208 respondentov počas dvoch rokov a v troch vlnách vplyv používania siete Facebook na deklarovanú psychickú a fyzickú pohodu ľudí a ich spokojnosť so životom, preukázal jasný negatívny vplyv Facebooku na tieto kategórie<sup>13</sup>. Ťažkosť odolať pokušeniu permanentného kontaktu s telefónom je vcelku ľahko pochopiteľná. Ako konštatuje zmienený Adam Alter vo svojej knihe, „telefóny sú rušivé už vďaka ich samotnej existencii, aj keď nie sú aktívne. Odvádzajú našu pozornosť, pretože nám pripomínajú svet za hranicami našej bezprostrednej konverzácie“<sup>14</sup>. A ako dodáva spomínaný T. Harris, problém nie je slabá vôľa používateľov, ale skutočnosť, že „na druhej strane displeja sedia tisíce ľudí, ktorých prácou je prelomiť samoreguláciu, ktorou disponujete“<sup>15</sup>.

11 <https://menthal.org/>, <https://inthemoment.io/>

12 Gazzaley, Rosen, 2016: 335

13 Shakya, Christakis, 2017

14 Alter, 2017: 234

15 Alter, 2017: 97

10 Alter, 2017: 126

#### 4.2. Falošné správy

Ako preukázala doposiaľ najrozsiahlejšia štúdia o šírení falošných správ na sociálnych sieťach z dielne MIT<sup>16</sup>, na sieti Twitter, kde výskum prebiehal, sa nepravdivé informácie šíria podstatne rýchlejšie – v niektorých prípadoch až 6,5-krát rýchlejšie ako pravdivé správy. A pre politické správy tento úkaz platí v ešte väčšej miere ako pre správy z oblasti ekonomiky, vedy, technológií, zábavy i terorizmu. I keď treba pre presnosť uviesť aj skutočnosť, že iné štúdie pripisujú falošným správam výrazne slabší zásah, skutočnosť, že sociálne siete prispeli k rozmachu „fake news“, je nesporný. Falošné správy, dezinformácie či konšpirácie, samozrejme, nie sú v európskej kultúre ničím novým, skôr historickou konštantou. Ich expanzia súčasne súvisí so širšími zlyhaniami nášho spoločenského, konkrétne ekonomicko-politického mocenského modelu. A napokon, označenie „fake news“ alebo „hoax“ je takisto dnes sčasti používané aj ako ďalšia taktika PR. Bez ohľadu na to je však evidentné, že masový presah fenoménu falošných správ do verejnej diskusie priamo súvisí s novými informačnými platformami, ktoré tejto jav dodnes nevedia dôsledne neutralizovať.

Negatívne následky rozmachu „fake news“ sa, žiaľ, neprejavujú len podobou, ktorú pozorujeme v našich zemepisných šírkach, teda eróziou demokratického diskurzu a dôvery, ale aj podstatne fatálnejšie. V Indii v roku 2017 hoaxy, šírené cez WhatsApp viedli k lynčovaniu a smrteľným útokom, na jar tohto roku sa podobne prejavili falošné správy na Srí Lanke a napokon najbrutálnejšie dôsledky možno sledovať v Mjanmarsku. Cielená, systematická dezinformačná kampaň budhistických extrémistov, šírená sociálnymi sieťami, tu rozpútala vlnu etnickej nenávisti k menšine moslimských Rohingov. Brutálne vraždy, znásilnenia a mučenie tu OSN klasifikovala ako genocídu a jej vyšetrovatel' v súvislosti so „zásluhou“ sociálnych sietí na kriticknej situácii vyslovil obavu, „že Facebook sa zmenil na beštiu, a nie na to, na čo bol pôvodne plánovaný“<sup>17</sup>.

#### 4.3. Názorové bubliny a polarizácia

Polarizácia verejnej debaty a spoločnosti nie je – ako uvádza aj rozsiahla analýza K. Lischku a Ch. Stöckera pre Bertelsmannovu nadáciu, zhrnújúca výskum vplyvu algoritmov na verejnú diskusiu – výlučným dielom sociálnych médií, ale má hlbšie a širšie korene<sup>18</sup>. Jedným z nich je aj individualizácia života a ňou vyvolané trieštenie informačnej ponuky, teda zásadné zúženie priestoru spoločne vnímanej reality, ktorý je základným predpokladom funkčného dialógu. Internet 2.0 a sociálne siete však do tohto vývoja, škodlivého pre spoločnosť a demokraciu, vstúpili ako výrazný urýchľovač. Šancu a priestor na racionálnu výmenu odlišných názorov totiž znižujú zo svojej funkčnej podstaty. Tá je postavená na využívaní biologickej tendencie ľudí vyhľadávať komunikáciu, v ktorej si môžu svoje názory potvrdzovať, a nie takú, kde sú ich presvedčenia konfrontované. Cielenu ponukou obsahu, ktorý je v súlade s preferenciami a názormi používateľa, pretože to – opäť sme pri podstate – predlžuje náš čas strávený pri displeji spolu s tendenciou spájať ľudí s podobnými názormi a ich vzájomným utvrdzovaním v tom, čomu veria, spôsobujú, že tieto siete uzatvárajú ľudí do informačných a názorových bublín. Tento proces posilňuje tendenciu delenia na „my vs. oni“, v súčasnosti takú evidentnú v našich spoločnostiach, a znižuje schopnosť porozumenia ľudí s rôznymi názormi, čo bolo, resp. by malo byť – v duchu učenia J. Habermassa a iných – prvotným cieľom demokratického diskurzu.

#### 4.4. Negativizmus, agresivita, radikalizácia

V dôsledku tejto polarizácie sociálne siete podporujú negativizmus a agresivitu verejného diskurzu. Ako uvádza zmienená rozsiahla analýza K. Lischku a Ch. Stöckera, viaceré štúdie z prostredia Facebooku aj Twitteru preukazujú, že viac emotívne a najmä negatívnymi emóciami nabité správy dosahujú väčšiu virálnosť, a to znamená dlhší čas používateľov na obrazovke, ako správy menej emotívne a menej negatívne. A prirodzene emotívnejšie a negatívnejšie správy evokujú emotívnejšie a negatívnejšie komentáre v diskusiách<sup>19</sup>. Výsledkom je špirála deštruktívnej diskurzívnej kultúry, ktorá, dá sa

16 Vosoughi, Roy, Aral, 2018

17 Osnos, 2018

18 Lischka, Stöcker, 2018: 37

19 Lischka, Stöcker, 2017: 29



predpokladať, má čo-to dočinenia s rastom protestných nálad našich spoločností a s ich radikalizáciou.

#### 4.5. Automatizovaná manipulácia verejnej mienky a nedôvera

Vďaka anonymite a svojej architektúre sú sociálne médiá v masovom meradle využívané či už na manuálnu alebo automatizovanú manipuláciu verejnej mienky falošnými profilmi, „botmi“. Deje sa tak v komerčnej aj politickej oblasti, s dosahmi až do oblasti geopolitiky ako v prípade obvinení ruských „trolích fariem“ z masového ovplyvňovania volieb prezidenta USA. Softvérom riadené profily, ktoré imitujú reálnych používateľov, dnes využívajú nielen renomované spoločnosti za účelom optimalizácie nákladov na pracovnú silu, ale aj politické a iné nátlakové subjekty ako už takmer nevyhnutný predpoklad hrubej, plošnej manipulácie. A deje sa to v masovom meradle. Podľa odborníčky na filozofiu umelej inteligencie A. Przegalińskiej z MIT pole využívania umelých botov enormne rastie<sup>20</sup> a napriek vyhláseniam prevádzkovateľov týchto platforiem o zničení takého a takého množstva falošných profilov nemôžeme čakať ich zásadnú elimináciu. Napríklad spoločnosť Twitter by totiž podľa štúdie vedcov univerzít Južnej Kalifornie a Indiany ich vymazaním prišla podľa odhadov o 9 až 15 %, t. j. potenciálne až o 48 mil. profilov<sup>21</sup>! A profily sú aktívna na sieti, aktívna sú dáta a dáta sú príjmy.

Falošné profily, falošné recenzie, falošní priatelia, falošní „followeri“ teda splyvajú v tomto priestore s reálnymi ľuďmi, a tým umelo skresľujú obraz verejnej mienky – čo je napokon zmysel ich existencie a nasadenia ako komunikačných zbraní. Obeťou takéhoto množstva „umelej“ a z princípu manipulatívnej aktivity je strata elementárnej dôveryhodnosti komunikačného priestoru ako takého. A tá je, prirodzene, živnou pôdou pre úpadok významu faktickosti – či vo svete politiky alebo v iných spoločenských oblastiach. Všetko je sponchybniteľné, v prípade potreby je všetko propaganda a „účelovka“. Výpočet „factcheckerov“, teda kontrolórov pravdivosti informácií a tvrdení z den-

níka Washington Post, podľa ktorých zistení prvý muž USA klame v priemere bežne 6,5-krát denne<sup>22</sup>, tento stav a vývoj ilustruje viac ako výstižne. A dôvera, ako je známe, je nielen základom funkčnosti akejkoľvek komunity, spoločnosti, ale – z pohľadu jedinca – nám významne pomáha redukovat' komplexnosť sveta okolo nás a získavať psychologickú istotu v kontakte s ním. Kritický nedostatok dôvery teda neparalyzuje len funkčnú verejnú debatu, škodí takisto ľuďom a zhoršuje schopnosť nášho spoluzitia ako takú.

#### 4.6. Informačný chaos

Dizajn „newsfeedu“, teda nástenky sociálnych médií, prednostne Facebooku, a forma, akou cez príspevky používateľ prechádza prstom a pohľadom, výrazne znižuje schopnosť rozlíšiť, čo je článok seriózne redakcie, čo pochybného propagandistického plátku, čo recesia alebo osobná výpoveď „človeka-milión“. Ich dizajn je totiž temer totožný. Toto splyvanie obsahov a informácií podporuje na strane používateľa informačný chaos, dezorientáciu a prispieva ku skreslenej či priamo klamlivej informovanosti.

#### 4.7. Subjektívne skreslená zverejnená mienka

Sociálne médiá skresľujú obraz reality ešte o úroveň viac ako tradičné médiá. Ako uvádza citovaná analýza Bertelsmannovej nadácie, existujú empirické zistenia, podľa ktorých nemalá časť ľudí preberá na svoj profil články bez toho, aby si ich prečítali<sup>23</sup>. Robia to skratkovite a intuitívne, podľa súzvuku titulku so svojim presvedčením, stereotypom. To však znamená, že zverejnená mienka, ktorá bola v minulosti doménou najmä tradičných mediálnych domov s ich kritériami žurnalistickej práce – akokoľvek viac či menej dodržiavanými, je v súčasnosti v oveľa väčšej miere produktom subjektívnych intuitívnych skratiek a omylov bežných používateľov, ktorý dnes zverejnenú mienku z nezanedbateľnej časti spolutvorí.

20 Przegalińska, 2018: 24

21 Varol, Ferrara, Davis, Menczer, Flammini, 2017: 1

22 www.washingtonpost.com – Fact Checker, 1. jún 2018

23 Lischka, Stöcker, 2017: 28

#### 4.8. Útok na kvalitu spravodajstva

Vplyv sociálnych médií na spravodajstvo tradičných médií možno označiť prinajmenšom za kritický. Google a Facebook sa dostali do pozície, keď dokázali na seba stiahnuť 73 % všetkej online reklamy v USA, drvivá väčšina – až 90 % prírastku príjmov v tomto segmente reklamy ide do týchto dvoch spoločností<sup>24</sup>. Netvorí však pritom nijaký obsah. Tento absurdný a pre tradičné informačné spravodajské médiá neudržateľný stav, pri ktorom distributér obsahu zarába a jeho tvorca škrtá náklady, keďže vydavateľstvo kvalitnej žurnalistiky nie je vôbec lacná záležitosť a platby za obsah tieto výpadky dokážu kompenzovať len čiastočne, vedie prirodzene do špirály nižšej kvality obsahu. Odsávanie reklamných príjmov distributérmi znamená nedostatok kapacity na kvalitnú žurnalistickú tvorbu, rast závislosti od PR produktov, podriadenie obsahu kritériám virálnosti na sieťach, ktoré nieže začínajú dominovať trhu, ale – obrazne povedané – stávajú sa trhom samotným. Tento vývoj dobre ilustruje príklad, ktorý vo svojej knihe opisuje pionier internetu a súčasný vedúci stratég výskumu a vývoja Microsoftu Jaron Lanier: redakcia plná monitorov akoby dispečing NASA, na ktorých je permanentne zobrazovaný rast počtu lajkov, komentárov, šírenia článkov, aby redaktori plne podriadili svoju žurnalistickú tvorbu tlaku a kritériám úspechu ich produktov na sociálnych sieťach<sup>25</sup>. Kontext, nadhľad, dôkladné overenie faktov, spoločenská relevantnosť témy tak ešte viac ako doposiaľ ustupujú tomu, čo „sa počíta“ na sociálnych sieťach – emócií, negatívosti, agresivite, virálnosti.

#### 4.9. Škodlivosť bez zodpovednosti

V podstate banálne, pre mnohých však prekvapivé zistenie je, že informačné a komunikačné technológie a platformy, ktoré môžu byť použité pre „sily dobra“, napríklad na mobilizáciu za odstránenie rôznych nepravostí a nespravodlivostí, môžu byť presne tak isto využité na podstatne menej šlachetné ciele, alebo už organizovaným

zločinom, teroristami, extrémistami či autokratmi a diktátormi novej, technologicky zdatnej generácie. Vďaka svojej nízkonákladovosti a širokej dostupnosti umožňujú nové komunikačné technológie rôznym „zloduchom“ masový zásah ich aktivít. Technoeufória zo začiatku tohto storočia, ktorá prezentovala nové informačné a komunikačné platformy výlučne ako nástroje väčšej slobody, emancipácie a porozumenia ľudí, sa dnes ukazuje ako čistá naivita. Tieto technológie totiž z princípu svojho fungovania nemajú v sebe zabudované mechanizmy, aby boli využiteľné jednou časťou spoločnosti a druhou už nie. Sú predsa pre všetkých, zadarmo a najmä, a tu je kameň úrazu, sú podľa vlastnej definície nie vydavateľmi, ale len platformami, bez právnej zodpovednosti za obsah.

#### 4.10. Škodlivá rýchlosť informácie

Kombinácia troch inovácií: rozumných telefónov, permanentného a rýchleho pripojenia na internet a sociálnych sietí priniesla aj problém, ktorým je skrátenie času distribúcie politických správ takmer až k hodnote nula sekúnd. Súťaž o určovanie mediálneho a verejného obrazu politiky bola už aj v „predsmartfónovej“ dobe do veľkej miery súťažou v rýchlosti, kto túto prvý zadefinuje, moderne povedané „zarámkuje“. Všadeprítomnosť fotoaparátov v telefónoch a twitterových profilov s permanentným online pripojením politikov však túto súťaž v produkcii politických „rýchlospráv“ dovedla do dokonalosti. Aj z tohto dôvodu napríklad predseda Spolkového snemu Nemecka v oficiálnom liste poslancom označil rozposielanie obrázkov a správ z pléna za „neželané“. Logika je nasledovná: keď sú politici v záujme čo najlepšej vlastnej prezentácie nútení čo najrýchlejšie, podľa možnosti prví udalosti komentovať, teda zarámkovať a smartfóny s neustálym online pripojením im toto permanentne umožňujú, a keď sú médiá – taktiež v pude ekonomickej sebazáchovy – nútené tieto komentáre čo najrýchlejšie sprostredkovať svojmu publiku, potom sa priestor na premyslený výstup politika, ale takisto na spracovanie, overenie a vsadenie často veľmi komplexných informácií novinármi do kontextu blíži k nule. A podľa toho potom vyzereá výsledný obraz pre publikum: pretlak vyhlásení, re-

<sup>24</sup> porov. Brian Wieser v D'Onfro, 2017 a Sluis, 2018

<sup>25</sup> Lanier, 2018: 97



akcií, dementi, obvinení, v rýchlom slede za sebou - dokonalejší informačný chaos. Schopnosť údernej skratky bola od nepamäti základom úspešnej politickej komunikácie. Súčasný problém však je, že modernými technológiami nastavené tempo komunikácie a informácie produkuje zákonite nižšiu kvalitu debaty. Lenže práve rýchlosť je, žiaľ, to, čo tiež do veľkej miery rozhoduje o úspechu. Taká je logika „predaja“ – politikov aj spravodajstva médií. A tweet je v tomto zmysle prototypom vyprázdnenia politickej diskusie. Vie zaujať, upriamiť pozornosť na dôležitú tému. Problém ale je, že k samotnej podstate, kontextu, príčine a dôsledku témy, na ktorú tweet poukáže, sa verejná debata často nedostane. Na okraj ju totiž vytlačí ďalší tweet, a ďalší. Alebo ako výstižne problém sformuloval pred časom Stefan Berg v nemeckom týždenníku Der Spiegel: „Aké tempo znesie demokracia? A čo robí presýtenie podnetmi s voličmi? Unavia sa, oslabne pozornosť? Vytvára presýtenie stimulmi proti nim imunitu? Stane sa vo veľkom prúde správ všetko rovnako dôležité a nedôležité? A: môže sa stať, že toto nové tempo budú zvládať len diktátori? Oni nepotrebujú nekonečné a ťažké rokovania, sondážne rozhovory a tvorbu politických kompromisov. Oni rozhodujú v reálnom čase.“<sup>26</sup>

#### 4.11. Falošné správy druhej generácie

A napokon, pokrok technológií manipulácie samozrejme nespí. Už dnes je na trhu voľne dostupný softvér „FakeApp“, ktorý na základe spojenia, resp. „zliatia“ 500 video- a audiosekvencií výpovedí dvoch ľudí v priebehu 56 hodín a za pomoci umelej inteligencie vyrobí dokonalú obrazovú aj zvukovú imitáciu ľudskej výpovede. Napríklad do úst Baracka Obamu vloží vety, ktoré nikdy nepovedal, ale vo výsledku vyzerajú, ako by ich naozaj hovoril, s jemu vlastnou mimikou, tónom hlasu aj dikciou. „Deepfake“ alebo „fake news druhej generácie“ je označenie tejto inovácie a ak ju domyslíme do dôsledkov, rúca široká dostupnosť tejto technológie tie najzákladnejšie predpoklady efektívnej ľudskej komunikácie – ničomu už nemožno veriť. Napríklad ani tomu, že osoba, ktorá si od vás pýta vo videorozhovore PIN kód vášho

účtu, je naozaj váš partner. O dôsledkoch zneužitia tejto technológie v politike či geopolitike radšej nehovoriac. A k čomu takáto strata elementárnej dôvery vo videné a počuté a možnosť spochybnenia čohokoľvek vedie a komu vyhovuje, nemusíme dlho hádať. Prívrženci otvorenej, na faktoch a dôkazoch založenej verejnej diskusie to nebudú.

#### 5. Namiesto emancipácie informačná anarchia

Núka sa teda záver, že absolútna disponibilita informácií na jednej strane a hyperdemokratizácia a totálna pluralita ich publikovania a šírenia na strane druhej, spojené s technologickým vývojom a komerčným tlakom neprinesli to, čo sľubovali, teda vyššiu formu emancipácie ľudí ako dôsledok vyššej úrovne informovanosti a diskusie. Práve naopak, priniesli informačný chaos a anarchiu, pred ktorými sa v informačnom zneistení čoraz viac zatvárame do našich predsudkov. A v rovine ekonomickej, komerčnej sa novým sociálnym médiám a komunikačným platformám stalo len to, čo aj iným tradičným masovým médiám pred nimi – podriadil si ich svet reklamy, alebo širšie, svet cielenej, platenej komunikácie rôzneho druhu. Pretože jej zadávateľia sú tí, ktorí držia peniaze. Preto platformy v prvom rade maximalizujú dobu zotrvania používateľov v ich aplikácii, pretože pozornosť publika sú príjmy z reklamy a pretože to prináša dáta a ďalšie dáta. A tie, ako vieme, majú obrovskú cenu, pretože umožňujú doposiaľ nevídané personalizované a presné ciele reklamného posolstva či informačného obsahu. Čo je však požehnaním pre zadávateľov posolstiev, neprospieva ani náhodou obsahu, kvalite a úrovni verejnej diskusie ako takej.

Technooptimisti tlmia vášne poukazovaním na historický fakt, podľa ktorého bol nástup každého nového média sprevádzaný apokalyptickými predpoveďami o rozvrate starých (dobrých) informačných poriadkov, či to bolo rádio, hraný film, televízia, počítač, internet. Fakt je aj to, že súčasný, údajne doposiaľ nevídaný rozmach falošných správ nie je žiadnym vynálezom doby rýchleho internetu pre všetkých. Pamfletová kultúra Anglicka 16. a 17. storočia bola údajne vnímaná ako obdobná kalamita pre vtedajší verejný diskurz, dovtedy obsluhovaný silne obmedzeným počtom vydavateľov, samozrejme z kruhu elit. Vtedajší roz-

26 Berg, 2018: 34

mach pamfletov priniesol údajne tiež nával konšpirácií, lží a poloprávd. Počet vydaných pamfletov sa okolo polovice 17. storočia každoročne znásobil. „Klamstvo letí a pravda pokrívka za ním,“ sťažoval sa v roku 1710 editor britských novín Examiner Jonathan Swift<sup>27</sup>. Tomuto zľahčujúcemu porovnaniu čelí platforma Centrum pre humánnu technológiu, združujúca spomínaných prominentných kritikov biznis modelu dnešných digitálnych gigantov, poukazovaním na štyri faktory, ktoré odlišujú dnešné sociálne platformy od bývalých masových médií:

1. Umelá inteligencia: Žiadne iné médium v minulosti nemalo v neustálom nasadení superpočítače a umelú inteligenciu, optimalizujúcu svoj obsah a formu s jediným cieľom – udržať našu pozornosť čo najdlhšie.
2. Permanentný vplyv: Žiadne iné médium nemalo dosah na myšlienky 2,23 mld. používateľov – príklad dnešného Facebooku – a to 24 hodín 7 dní v týždni, v priemere 150-krát denne<sup>28</sup> kontrolujúcich obrazovku telefónu či tabletu.
3. Sociálna kontrola: Žiadne médium doposiaľ nemalo ani v náznakoch takú kapacitu spoluurčovať, aký pocit sociálnej akceptácie máme, do akej miery s nami ľudia súhlasia alebo nás podporujú, či mieru a podobu vlastnej identifikácie, aj v schéme „my vs. oni“, a tým do istej miery aj úroveň našej sebadôvery, ako je to vďaka sieťovosti a interaktivite týchto platforiem.
4. Personalizácia: Žiadne médium doposiaľ nemohlo využívať presný personalizovaný profil všetkého, čo sme vyjadrili, okomentovali, šírili, olajkovali či sledovali a podľa toho na základe tisícov testov na vzorkách neporovnateľne väčších a tým presnejších ako štandardné prieskumy verejnej mienky optimalizovať obsah a formu nášho oslovenia – cieľnými, komerčnými či politickým posolstvami<sup>29</sup>.

Takáto technológia, ktorá dokáže doviestť využívanie či zneužívanie prirodzených obmedzení ľudskej racionality do dokonalosti, ponúka pre cieľnú manipuláciu doposiaľ nevídané možnosti. A preto

27 Hern, 2018

28 Gazzaley, Rosen, 2016: 335

29 [www.humantech.com/problem](http://www.humantech.com/problem)

neprekvapuje, že dnešný človek, ktorého mentálne kapacity boli drvivú väčšinu svojho vývoja – povedzme posledných 50-tisíc rokov (fáza „behavioral modernity“) – nastavené na prežitie v malých tľupách a v skutočne masovej spoločnosti žije len záverečnú fázu, doslova pár sto rokov, nemá veľkú šancu a kapacitu zvládať bez problémov takéto prevraty v zaužívaných modeloch ľudského informovania a komunikovania spôsobené razantným napredovaním informačných a komunikačných technológií a komerčnými tlakmi na ich speňaženie. Ako hovorí podtitul knihy spomínaných autorov neurológa Adama Gazzaleyho a psychológa Larryho D. Rosena: „staroveký mozog v high-tech svete“. Človek v tomto novom informačnom svete často stráca prehľad, v mnohých prípadoch sa uzatvára, je zneistený, niekedy plný obáv. Aj toto je popri ekonomike, politike či globalizácii jeden z ďalších prameňov – nazvime ho technologický – dnešného rastúceho odporu proti moderne - pokroku a dopytu po kontrole nad svojím životom - aj z kampane k „brexitu“ známe „take back controll“.

## 6. Viac konkurujúcich príbehov, viac alternatívnej pravdy

Problém, samozrejme, nie je len v technológii. Ako je akémukoľvek spoločenstvu prirodzené, jednotlivé javy spolu súvisia, v našom prípade sa vzájomne posilňujú. K dnešnému informačnému chaosu, vysokej miere nedôvery a úpadku verejnej diskusie tak prispievajú prinajmenšom ešte dve významné dejové línie moderných spoločností. Prvá má dočinenia s všadeprítomnosťou propagandy, miernejšie vyjadrené, s cieľovou organizovanou komunikáciou rôzneho druhu. Dôsledkom je nielen fakt, že rozšírené povedomie o údajnej všadeprítomnosti takejto komunikácie umožňuje čokoľvek spochybniť poukázaním na účelovosť tvrdenia, čo rozsieva nedôveru do čoraz širších vrstiev spoločnosti, robí z nej dokonalý stereotyp a predsudok. To sa, samozrejme, deje aj účelovo, zo strany dezinformátorov najrôznejšieho pôvodu a zamerania, pre ktorých je spochybnenie – prednostne existujúceho systému či establishmentu, základná premisa svojho biznis modelu. Dôsledkom je však aj to, že sofistikovanú propagandu

dnes nevláda už len mainstream „Západu“, resp. jeho elita, ktorá na ňu mala v druhej polovici minulého storočia kvázi monopol, pretože disponovala zdrojmi, a teda najlepšou expertízou v tejto oblasti a aj preto kontrolovala dominantný naratív o podstate fungovania našej spoločnosti. Dnes už sofistikovanú propagandu ovláda – obrazne povedané, aj Rusko, Čína, Orbán s Kaczyńskim či nefalšovaní extrémisti, rasisti či fašisti. Takmer všetci už dnes poznajú, kde sú slabé miesta ľudskej racionality, kde sú skryté motívy a potreby, a vedia ich správnymi stimulmi aktivovať pre svoje ciele. Aj preto tu dnes máme namiesto jedného dominantného príbehu o podstate fungovania našej spoločnosti viac konkurujúcich príbehov. A viac príbehov znamená logicky viac spochybnenia a viac nedôvery, viac alternatívnej pravdy.

## 7. Konkurencia technologicky zdatných autokratov

Druhým fenoménom je, samozrejme, ekonomika, a konkrétne fakt, že priebežným výsledkom ostatných približne 30 rokov washingtonského konsenzu a globálnej súťaže (ku dnu) je síce na jednej strane rast životnej úrovne miliónov naozaj chudobných ľudí rozvojového sveta, no súčasne pre náš kontext podstatnejšia stagnácia a úpadok strednej a nižšej strednej triedy Západu – stagnácia alebo úpadok príjmov, alebo úpadok istôt, spojený s klesajúcou všeobecnou dostupnosťou služieb sociálneho štátu. A tento úpadok, sprevádzaný rastom bohatstva „horného decilu“ a všadeprítomnou dikciou o potrebe permanentnej flexibility, efektívnosti, konkurencieschopnosti nielen v ekonomike a obchode, ale v živote ako takom, vedie k dnes už dobre zdokumentovaným pocitom zneistenia, obáv o sociálny zostup či perspektívu svojich detí. Dôsledkom týchto pocitov je následné hľadanie vinníkov, frustrácia či hnev a dopyt po návrate starých dobrých časov a silných lídrov, ochrancov. Demokracia je tak paralelne pod tlakom z dvoch smerov. Po prvé, vychádza zneistenie, obavy, odpor proti moderne a dopyt po návrate späť a silnom ochrancovi prednostne z tej časti spoločnosti – stredných a nižších stredných tried, na ktorých minimálne posledných 100 rokov demokracia stála. Po druhé, demokracii rastie výraz-

ná konkurencia v podobe autoritárskych režimov, ktoré dnes dokážu, aj vďaka využitiu moderných technológií v kombinácii s im vlastnou disciplinovanosťou spoločnosti a pracovnej sily, dosahovať v globálnej konkurencii vyššie výkony. A výkonomi je dnes meraný pokrok. Najpôsobivejším potvrdením tohto trendu je skutočnosť, že Čína už nielenže testuje snímanie podvedomia zamestnancov cez sondy v ich mozgu, aby ich vedela čo najefektívnejšie podľa ich aktuálneho mentálneho rozpoloženia nasadzovať do výrobných procesov. Dnes už plánuje každému občanovi implantovať čip, ktorý mu bude na základe zaznamenávania jeho správania prisudzovať jeho osobný sociálny kredit, akési skóre dobrého správania, podľa ktorého bude mať napríklad prístup k rôznym verejným službám.

## 8. Nie fakty, ale príbeh je problém

Tento model superefektívnej spoločnosti, kde sme pod permanentným tlakom a kontrolou výkonu, je v prirodzenom rozpore s predstavou našej európskej spoločnosti blahobytu, ktorá poskytuje väčšine pri príslušnom výkone istú kvalitu života, istôt aj pôžitkov a slobody ich využívania. Ale keďže ľudia aktuálny pohyb smerom k spoločnosti totálnej kontroly výkonu cítia a vnímajú jeho sprievodné javy – napr. asymetriu majetkovej nerovnosti a rastu neistôt u seba, tak tento model spoločnosti odmietajú spolu s tými, ktorí ho v ich očiach reprezentujú. A v tomto zmysle sa núka aj iné vysvetlenie súčasného stavu verejnej debaty, ktoré nemusí mať nič spoločné s technológiami či úpadkom významu faktov a nástupom post pravdy, ale predovšetkým s dominantným príbehom, ktorý ako spoločnosť žijeme. Toto vysvetlenie vychádza z premisy, že ľudia a spoločenstvá sa nikdy v histórii v identifikácii seba a svojej spoločnosti primárne neriadili tým, či sú fakty, ktoré sú im prezentované, presné, vedecky správne, ale v prvom rade príbehom spoločnosti, v ktorej žijú. Príbehom, ktorý znútorňovali, teda akceptovali a identifikovali sa s ním, pretože viac-menej odrážal realitu ich života a dával mu poriadok, zmysel, v neposlednom rade nádej. V druhej polovici minulého storočia to bolo v spoločnostiach „Západu“ známe: „Kto sa snaží a hrá podľa pravidiel, bude sa mať on a jeho deti zajtra o niečo lepšie.“ Toto presvedčenie však

dnes pre kritickú časť euroatlantickej spoločnosti neplatí ani náhodou<sup>30</sup>. A v tomto zmysle môže byť nosným problémom súčasnosti to, že príbeh, ktorý „ľudu“ dnes elity rozprávajú, s pravidlami, ktoré v ňom údajne fungujú a rozhodujú, prosto nereflektuje realitu ich života, alebo nereflektuje hodnoty a princípy, ktoré oni vyznávajú. Sú im cudzie. A cudzie je im všetko, čo k tomuto systému priradujú. Preto sa prejavujú protestom a hľadaním alternatív.

## 9. Silicon Valley – hrobár demokracie?

Demokracii teda neprajú dve zásadné určujúce sily dnešných spoločností: ekonomický vývoj a nástup nových technológií informácie a komunikácie. V kritike ich údajne principiálneho rozporu s demokraciou ide pomerne ďaleko nemecký filozof David Precht, ktorý označuje model, ktorý našim spoločnostiam vtlačajú programátori a biznis lídri zo Silicon Valley ako principiálne nedemokratický: „Obraz človeka, ktorý vyznáva a ktorým sa riadi Silicon Valley, nie je obrazom osvietenstva, na ktorom stojí demokracia. Silicon Valley sa riadi obrazom kybernetického človeka. Vníma človeka ako učiaci sa organizmus, ktorý funguje ako reflexný organizmus rovnako ako krysa v laboratóriu. A týmto istým spôsobom pracujú ľudia, ktorí vo Facebooku programujú algoritmy. Keď viem, čo ťa zaujíma, budem ti vždy odporúčať to, čo máš rád. Týmto spôsobom ti môžem nielen naplniť tvoje túžby, ale môžem ich aj riadiť. A to je základné zistenie kybernetiky, že každá vec alebo bytosť, ktorá je predpovedateľná, je aj riaditeľná – a práve toto tkvie v obraze človeka v Silicon Valley.“<sup>31</sup>

## 10. Namiesto polis algoritmizovaná reprezentácia

Alebo je to inak a obávať sa o demokraciu vôbec nemusíme. Spomínaný nemecký filozof Han nám ponúka alternatívny model, v ktorom namiesto „diskurzívnej racionality“, na základe ktorej sa politická vôľa a následné rozhodnutia tvoria v demokratickom diskurze, rozhoduje „digitálna racio-

nalita“, ktorá verejnú diskusiu údajne nepotrebuje, pretože naše skutočné záujmy, názory a potreby, aj tie, o ktorých nevieme, zosníma z našich digitálnych stôp, teda záznamov o našom správaní v online priestore. Takáto, z „velkých dát“ vysynetizovaná politická vôľa bude odrážať skutočnú vôľu ľudí, a nie tú, ktorú sme dnes viac či menej schopní zrozumiteľne artikulovať vo verejnej diskusii s jej aktuálnymi demokratickými deficitmi. Tento model síce odstraňuje volebný akt so všetkými jeho manipulatívnymi prvkami, inak je však – samozrejme – ilúziou. Pretože naše potreby, názory a záujmy by aj v takomto priestore – tak ako je to v súčasnosti – boli konštruktmi, na ktorých tvorbe sa snaží podieľať nespočetné množstvo aktérov s ich vlastnými záujmami a PR tímami. Nehovoriac o tom, že v systéme, kde našu slobodnú vôľu nebudeme vyjadrovať sami, ale bude zosnímaná rôznymi skenermi a spracovaná nám neznámymi programátormi a nimi nastavenými algoritmami, už o slobodnom výbere svojej reprezentácie hovoriť asi nemôžeme. O tom, či sme na takúto technologickú revolúciu demokracie pripravení, sa dá vážne pochybovať.

30 Pew Research Center, 2017

31 Precht, 2018: 79

## Literatúra

ALTER, Adam: Irresistible. Why We Cant Stop Checking, Scrolling, Clicking and Watching (Neodolateľné. Prečo nemôžeme prestať kontrolovať, posúvať, klikať a pozerat').

London : Bodley Head, 2017. 368 s. ISBN 978-1847923578

BERG, Stefan: Der Echtzeitwahnsinn. Wenn Kommunikationsmittel die Kommunikationsmittel verhindern (Šialenstvo reálneho času. Keď komunikačné nástroje obmedzujú komunikáciu).

In: Der Spiegel, roč. 71, 2018, č. 3, s. 34.

BERNERS-LEE, Tim: The web can be weaponised – and we can't count on big tech to stop it (Internet môže byť použitý ako zbraň – a nemôžeme sa spoľahnúť na technologické giganty, že to zastavia).

In: The Guardian, 12. marec 2018.

<https://www.theguardian.com/commentisfree/2018/mar/12/tim-berners-lee-web-weapon-regulation-open-letter>

BOWLES, Nellie: Early Facebook and Google Employees Form Coalition to Fight What They Built (Niekdajší zamestnanci Facebooku a Google formujú koalíciu pre boj s tým, čo stvorili).

In: The New York Times, 4. február 2018.

<https://www.nytimes.com/2018/02/04/technology/early-facebook-google-employees-fight-tech.html>

D'ONFRO, Jillian: Google and Facebook extend their lead in online ads, and that's reason for investors to be cautious (Google a Facebook zväčšujú náskok v online reklame, a to by malo viesť investorov k opatrnosti).

In: CNBC Online, 20. december 2017.

<https://www.cnbc.com/2017/12/20/google-facebook-digital-ad-marketshare-growth-pivotal.html>

GAZZALEY, Adam ROSEN, Larry D.: The distracted Mind. Ancient Brains in a high-tech World (Roztržitá myseľ. Staroveké mozgy v high-tech svete). Cambridge : MIT Press, 2016, 286 s. ISBN 978-0262034944

HAN, Byung-Chul: Digitale Rationalität und das Ende des kommunikativen Handelns (Digitálna racionalita a koniec komunikatívneho konania).

Berlin : Matthes Seitz, 2013, 44 s., ISBN 978-3-88221-066-8

HERN, Alex: Scientists prove that truth is no match for fiction on Twitter (Vedci preukázali, že pravda na Twitteri nevíťazí).

In: The Guardian, 8. marec 2018.

<https://www.theguardian.com/technology/2018/mar/08/scientists-truth-fiction-twitter-bots>

LANIER, Jaron: Zehn Gründe, warum du deine Social Media Accounts sofort löschen musst (Desať dôvodov, prečo musíš ihneď zrušiť tvoje profily na sociálnych médiách). 2. vyd.

Hamburg : Hoffmann und Campe, 2018. 208 s. ISBN 978-3-455-00491-5

LESLIE, Ian: The scientists who make apps addictive (Vedci, ktorí robia aplikácie návykovými).

In: The Economist 1843, október/november 2016.

<https://www.1843magazine.com/features/the-scientists-who-make-apps-addictive>

LEWIS, Paul: ‚Our minds can be hijacked‘: the tech insiders who fear a smartphone dystopia (Naše mysle môžu byť unesené: technologickí insideri, ktorí sa obávajú dystopie smartfónov).

In: The Guardian - Weekend Magazine Technology Special, 6. október 2017.

<https://www.theguardian.com/technology/2017/oct/05/smartphone-addiction-silicon-valley-dystopia>

LISCHKA, Konrad – STÖCKER, Christian: Digitale Öffentlichkeit. Wie algorithmische Prozesse den gesellschaftlichen Diskurs beeinflussen (Digitálna verejnosť. Ako algoritmické procesy ovplyvňujú spoločenský diskurz).

Gütersloh: Bertelsmann Stiftung, jún 2017. 85 s. DOI 10.11586/2017028

MASLANSKY, Michael: The Language of Trust. Selling Ideas in a World of Skeptics (Jazyk dôvery. Predávať myšlienky vo svete skeptikov).

New Jersey: Prentice Hall Press, 2011. 288 s. ISBN 978-0735204560

MOROZOV, Evgeny: The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom (Sieťový blud: temná strana slobody internetu).

New York: Public Affairs, 2012. 448 s. ISBN 978-1610391061

NYE, Joseph S.: Our infant information revolution (Naša maloletá informačná revolúcia).

In: Project Syndicate, 15. jún 2018.

<https://www.project-syndicate.org/commentary/infant-information-revolution-by-joseph-s--nye-2018-06>

OSNOS, Evan: Can Mark Zuckerberg Fix Facebook Before It Breaks Democracy? (Dokáže Mark Zuckerberg opraviť Facebook skôr, ako tento rozbije demokraciu?)

In: The New Yorker, 17. september 2018.

<https://www.newyorker.com/magazine/2018/09/17/can-mark-zuckerberg-fix-facebook-before-it-breaks-democracy>

PRECHT, Richard, David: Facebook ist gefährlicher als Trump (Facebook je nebezpečnejší ako Trump).

In: Der Spiegel, roč. 71, 2018, č. 17 (21.4.2018).

PRZEGALIŃSKA, Aleksandra: Our Trust in Machines – How to Measure and Maintain It in Turbulent Times? (Naša dôvera v stroje – ako ju merať a zachovať v turbulentných časoch?).

In: Aspen Review, 02/2018.

<https://www.aspenreview.com/article/2018/trust-machines-measure-maintain-turbulent-times/>

Pew Research Center: Global Attitudes Trends (Globálne trendy postojoov). 5. jún 2017.

<http://www.pewglobal.org/2017/06/05/2-public-divided-on-prospects-for-the-next-generation/>

SACHS, Jeffrey, D.: Facebook and the future of online privacy (Facebook a budúcnosť online súkromia).

In: The Asean Post, 13. apríl 2018.

<https://theaseanpost.com/article/facebook-and-future-online-privacy-0>



SHAKYA, Holly B. CHRISTAKIS, Nicholas A.: A New, More Rigorous Study Confirms: The More You Use Facebook, the Worse You Feel (Nová, rigoróznejšia štúdia potvrdila: Čím viac využívate Facebook, tým horšie sa cítite).

In: Harvard Business Review, 10. apríl 2017.

<https://hbr.org/2017/04/a-new-more-rigorous-study-confirms-the-more-you-use-facebook-the-worse-you-feel?>

SLUIS, Sarah: Digital Ad Market Soars To \$88 Billion, Facebook And Google Contribute 90% Of Growth (Digitálny reklamný trh stúpol na 88 mld., Facebooku a Goolgu prináleží 90 % rastu).

In: AdExchanger, 10. máj 2018.

<https://adexchanger.com/online-advertising/digital-ad-market-soars-to-88-billion-facebook-and-google-contribute-90-of-growth/>

SMITH, Eve: Silicon Valley, we have a problem (Silicon Valley, máme problém).

In: The Economist, 20. január 2018.

VAROL, Onur FERRARA, Emilio DAVIS, Clayton A. MENCZER, Filippo FLAMMINI, Alessandro: Online Human-Bot Interactions: Detection, Estimation, and Characterization (Interakcie ľudí a botov v online priestore: zistenie, odhad, charakterizácia).

In: Archix.org, 27. marec 2017.

<https://arxiv.org/pdf/1703.03107.pdf>

VOSOUGHI, Soroush – ROY, Deb ARAL, Sinan: The spread of true and false news online (Šírenie pravdivých a falošných správ na internete)

In: ScienceMag, 9. marec 2018.

<http://science.sciencemag.org/content/359/6380/1146>

Washington Post Fact Checker Analysis: In 592 days, President Trump has made 4,713 false or misleading claims (Prezident Trump urobil za 592 dní 4 713 falošných alebo zavádzajúcich výpovedí).

In: Washington Post, 1. jún 2018.

[https://www.washingtonpost.com/graphics/politics/trump-claims-database/?utm\\_term=.01b5a2aa37c1](https://www.washingtonpost.com/graphics/politics/trump-claims-database/?utm_term=.01b5a2aa37c1)

## O autorovi

**Mag. phil. Robert Žanony** absolvoval štúdium vedy o komunikácii a publicistike a politológii na Viedenskej univerzite, 19 rokov pôsobil v oblasti politického marketingu, pracovne aj v pozícii lektora, od roku 2017 je vedeckým spolupracovníkom Friedrich-Ebert-Stiftung, zastúpenia v Slovenskej republike.

## Impressum

Friedrich-Ebert-Stiftung e.V. - zastúpenie v Slovenskej republike  
Maróthyho 6 | 811 06 Bratislava  
[www.fes.sk](http://www.fes.sk)

Za publikáciu zodpovedá:  
Mag. Robert Žanony  
Tel: +421 2 59 30 40 23

Objednávky:  
[fes@fes.sk](mailto:fes@fes.sk)

Komerčné využitie publikácií vydaných Friedrich-Ebert-Stiftung (FES) nie je povolené bez písomného súhlasu.

ŽANONY, Robert: Koniec verejností? Ako technológie ohrozujú demokraciu. 1. vyd. Bratislava, Friedrich-Ebert-Stiftung e.V. - zastúpenie v Slovenskej republike, 2018.